

Samenvatting rapport:
Maatschappelijke impact van
het citizen science project
“CurieuzeNeuzen Vlaanderen”



Huib Huyse, Kris Bachus, Tom Merlevede,
Joni Delanoeyje & Heidi Knipprath

KU LEUVEN

H:VA

ONDERZOEKSINSTITUUT VOOR
ARBEID EN SAMENLEVING

Het onderzoek

Aantal inschrijvingen voor
CurieuzeNeuzen

52.630

Aantal deelnemers
(de 'CurieuzeNeuzen')

20.000

Kandidaten
(zonder meetpunt)

32.630

Totaal aantal ingevulde
bevragingen

55.386

Ingevulde bevragingen door
CurieuzeNeuzen
deelnemers

33.398

Ingevulde bevragingen door
kandidaten (niet-geselecteerd)

19.979

Ingevulde bevragingen
'referentiepanel' Vlaamse
bevolking

2.009

Samenvatting rapport: Maatschappelijke impact van het citizen science project “CurieuzeNeuzen Vlaanderen”

Deze samenvatting geeft de hoofdlijnen weer van de HIVA-KU Leuven studie over de maatschappelijke impact van het citizen science project "CurieuzeNeuzen Vlaanderen". In dit project werd de luchtkwaliteit met een ongekeerde ruimtelijke fijnmazigheid in Vlaanderen (België) in kaart gebracht. Het project mobiliseerde 20.000 burgers om de NO₂-luchtkwaliteit voor hun huis te meten, en omvatte een unieke samenwerking tussen de Universiteit Antwerpen, de Vlaamse Milieumaatschappij (VMM), de nationale krant De Standaard, het Onderzoeksinstituut voor Arbeid en Samenleving (HIVA-KU Leuven) en het Vlaams Instituut voor Technologisch Onderzoek (VITO). Naast de wetenschappelijke doelstellingen, richtte CurieuzeNeuzen Vlaanderen zich ook op bewustwording rond luchtkwaliteit en duurzame mobiliteit. HIVA-KU Leuven voerde een uitgebreide evaluatie van de maatschappelijke impact uit. Voor drie verschillende groepen werd een longitudinale dataverzamelingsstrategie ontwikkeld: (1) de deelnemers aan de meetcampagne (n=20.000); (2) de personen die zich kandidaat stelden voor het project, maar niet geselecteerd werden wegens het overweldigende succes van de inschrijvingen (n=32.630), en (3) de ‘referentiepanel’ Vlaamse bevolking (representatieve steekproef n=1.000 via het IVOX-web panel).

Het volledige rapport (in Engels):

[Huyse, H.; Bachus, K.; Merlevede, T.; Delanoeyje, J.; Heidi Knipprath, H. \(2019\). Societal Impact of the Citizen Science Project “CurieuzeNeuzen Vlaanderen”: Final report. 2019. Publisher: HIVA-KU Leuven.](#)

1. Het onderzoek

Meer dan 55.000 vragenlijsten werden ingevuld door drie verschillende groepen, gespreid over zeven verschillende enquêtes, waarbij de respondenten meermaals werden bevraagd over hun ervaringen met CurieuzeNeuzen en hun kennis, houding en gedrag over thema's gerelateerd aan luchtkwaliteit over een periode van 14 maanden. De respons varieerde, maar was vaak hoog, tot zelfs 76% voor de eerste bevraging bij de deelnemers die zelf een meetset aan hun huis hadden gehangen.

Onze responsgroep vormt een relatief goede samenstelling van de Vlaamse bevolking. We tekenden wel een lichte oververtegenwoordiging op van mannen, hoger opgeleiden en mensen uit de leeftijdsgroep 35 tot 54, en een grote ondervertegenwoordiging van mensen met een niet-Europese migratie-achtergrond. De afwijkingen binnen CurieuzeNeuzen zijn kleiner dan meestal het geval is voor citizen-science onderzoek (behalve voor het aandeel mensen met een migratieachtergrond). Ten slotte stelden we vast dat de ‘kandidaten zonder meetpunt’ vaker in stedelijke centra wonen dan de groep ‘deelnemers’.

2. Bevindingen

2.1 Kennis



92% van de deelnemers vond dat CurieuzeNeuzen Vlaanderen hun verwachtingen om geïnformeerd te worden over de luchtkwaliteit in de straat, volledig of in grote mate heeft ingelost.

Naast het informeren over de luchtkwaliteit in hun eigen straat, vond 60% van de deelnemers dat hun verwachtingen over het leren over de oorzaken en oplossingen van luchtvervuiling volledig of in grote mate ingelost zijn.

Van een totaal van tien kennisvragen over luchtkwaliteit ging bij de groep van CurieuzeNeuzen en de kandidaten zonder meetpunt, de kennis bij drie vragen er op vooruit, voor zes vragen bleef het kennisniveau min of meer stabiel, en voor één vraag ging het er op achteruit.



De sterkste vooruitgang was er voor de stelling “NO₂-vervuiling kan sterk verschillen tussen nabijliggende straten“. Het aantal mensen dat deze stelling juist beoordeelde groeide van 78% naar 91%.

Voor de (juiste) stelling “Dieselwagens op de Vlaamse wegen stoten gemiddeld meer NO₂ uit dan benzinewagens” ging het aantal foutieve antwoorden daarentegen van 8% naar bijna 20%. Dit kan mogelijk verklaard worden door berichtgeving in de zomerperiode over de (gerapporteerde) lagere uitstoot van de nieuwe generatie van dieselwagens. Bij de Vlaamse bevolking (referentiepanel) was het kennisniveau over het algemeen lager en was er minder vooruitgang in de kennis over luchtkwaliteit.

2.2 Houding

Een eerste aspect van de houding is het belang dat mensen toedichten aan het thema luchtkwaliteit. Ondanks het feit dat veel deelnemers een (redelijk) goede NO₂-waarde hadden aan hun woning, lijkt een meerderheid te erkennen dat dit een belangrijke maatschappelijke uitdaging blijft voor delen van Vlaanderen. De bezorgdheid over de top 3 van milieukwesties (luchtvervuiling, klimaatverandering en ontbossing) is tussen de eerste (mei 2018) en de derde (juli 2019) bevragingronde toegenomen (telkens van ongeveer 52-53% naar 55-59% voor de deelnemers).



Het aantal deelnemers dat 'zeer bezorgd' was over luchtvervuiling steeg aanzienlijk bij de tussentijdse meting in november 2018, maar daalde weer tegen juli 2019 tot een niveau ergens halverwege tussen de eerste en de tweede bevragingronde.

Een gelijkaardige verschuiving deed zich voor bij de kandidaten zonder meetpunt, maar niet bij het referentiepanel. In het referentiepanel is er een werkelijke daling van het aantal mensen dat 'zeer bezorgd' is over luchtverontreiniging (van 25% naar 22%).

De drie groepen kregen ook 18 verschillende beleidsmaatregelen om luchtverontreinigingsproblemen aan te pakken, voorgelegd. Het draagvlak is het hoogst voor maatregelen die geen directe kosten voor de burgers met zich meebrengen (bv. het stimuleren van telewerk). Minder populair zijn belastingen en maatregelen die een bepaald gedrag verbieden (bv. het gebruik van auto's met verbrandingsmotoren, het gebruik van kachels en open haarden op basis van houtverbranding, en verwarmingstoestellen op basis van gas of olie). Het Vlaams referentiepanel scoort voor de meeste beleidsmaatregelen aanzienlijk lager dan de deelnemers en de niet-geselecteerden.

“

Opvallend is dat bij het referentiepanel (Vlaamse bevolking) de steun voor 12 van de 18 voorgestelde beleidsmaatregelen daalde en slechts voor één maatregel lichtjes steeg (mobiliteitsbudget voor werknemers) tussen mei 2018 en juli 2019.

Bij de deelnemers en de kandidaten zonder meetpunt daarentegen is het draagvlak wel stabiel gebleven (8 maatregelen) of gestegen (6 maatregelen), tenzij voor een viertal beleidsmaatregelen. Een van de beleidsmaatregelen die in deze periode een verhoogde steun heeft gekregen, is het verbod op aardgas en stookolie als warmtebron vanaf 2050. In mei 2018 was 36% voorstander van dit verbod, oplopend tot 45% in november 2018 en 46,7% in juli 2019. Een gelijkaardige verbetering is te zien bij de invoering van de wegentol voor het binnenrijden van de steden (enkel deelnemers) en een verbod op de verkoop van houtkachels. Het hoofdrapport gaat verder in op welke beleidsmaatregelen meer steun genieten bij bepaalde groepen en welke minder.

Opvallend, op het moment van de tussentijdse meting in november 2018, gingen er bij de deelnemers in totaal zelfs negen van de 18 beleidsmaatregelen op vooruit, maar daarna ging de steun voor drie maatregelen er terug op achteruit. Bijvoorbeeld, voor de optie om het systeem van bedrijfswagens af te bouwen, zien we initieel een verhoogde steun (van 62% naar 66%, maar dan een terugval naar 59%). Uit een verdere analyse blijkt er een polarisering op te treden in de periode november 2018 - juli 2019 tussen respondenten met- en zonder bedrijfswagens. De exacte verklaring voor de markante daling van de steun voor veel beleidsmaatregelen bij de Vlaamse bevolking (referentiepanel) kan niet direct worden vastgesteld op basis van onze gegevens. Een mogelijke verklaring wordt aangeleverd door publieke opiniespecialisten die verwijzen naar de intense politieke debatten over het klimaat en het milieu in de aanloop naar de verkiezingen van mei 2019. Volgens deze analyse gingen vanaf januari 2019 de verkiezingscampagnes op volle kracht draaien, waarbij verschillende Vlaamse partijen intensief campagne voerden tegen sterke klimaat- en milieueisen. Deze campagnes leidden volgens specialisten tot een toenemende polarisatie en een veranderende houding van een deel van het publiek (met als gevolg minder draagvlak voor bepaalde beleidsmaatregelen op het gebied van luchtkwaliteit). Het feit dat, ondanks de kritischere opstelling van een deel van de publieke opinie, de deelnemers en kandidaten zonder meetpunt wel positiever staan ten opzichte van een 5-tal ‘moeilijkere’, maar structurele maatregelen, lijkt aan te tonen dat de deelname aan een citizen science project tot inzichten kan leiden die helpen om een complexe situatie te beoordelen.

2.3 Gedragsverandering

De studie keek naar trends in vier domeinen van gedragsverandering:

- Mobiliteit: autobezit, autogebruik, gebruik van andere transportmodi; vermindering van de pendelafstand; verplaatsing van woon- of werklocatie dicht bij het openbaar vervoer.
- In en om het huis: vergroening van het huis/straat; gebruik van een kachel en/of BBQ; investering in een luchtzuiveringstelsel.
- Woonplaats, werkplek en/of schoollocatie met een betere luchtkwaliteit.
- Deelnemers als ambassadeurs van CurieuzeNeuzen Vlaanderen: burgeracties om bewustzijn te creëren over en/of verbetering van de luchtkwaliteit: deelname aan citizen science projecten; het aanspreken van werkgevers, familieleden en/of vrienden, school en/of lokale overheid;

“

Ongeveer 50% van de deelnemers gaf aan dat ze plannen hadden om bepaalde zaken anders aan te pakken naar aanleiding van hun deelname aan CurieuzeNeuzen. De helft daarvan heeft die voornemens ook daadwerkelijk uitgevoerd. Vooral de voornemens om zich duurzamer te gaan verplaatsen (~60%) werden niet gerealiseerd, en de hoofdrede daarvoor was een gebrek aan volwaardige alternatieven (~45%)

Mobiliteit

- Opvallend is dat de deelnemers (1,64 auto's per gezin) gemiddeld meer auto's hebben dan de Vlaamse bevolking (referentiepanel: 1,26 auto's per gezin). Het aandeel van de mensen die de auto dagelijks of regelmatig gebruikt, is vergelijkbaar voor de CurieuzeNeuzen deelnemers enerzijds en het Vlaams referentiepanel anderzijds. De hogere bezorgdheid van de deelnemers en de kandidaten met betrekking tot milieuthema's en de mogelijke oplossingen daarvoor, vertaalden zich bij de start van het project dus niet automatisch in een duurzamer mobiliteitsgedrag.
- Op het vlak van intenties zien we wel markante verschillen met de steekproef uit de Vlaamse bevolking (referentiepanel). Meer deelnemers (43%) en kandidaten zonder meetpunt (47%) zijn bijvoorbeeld van plan om de uitstoot van de wagen in rekening te brengen bij een volgende aankoop dan de respondenten van het Vlaamse referentiepanel (29%).



Ongeveer 50% van de deelnemers en kandidaten zonder meetpunt geeft aan dat ze de auto minder gebruiken als gevolg van hun deelname aan CurieuzeNeuzen. Voor het Vlaams referentiepanel is er in die periode slechts 24% die stelt dat ze de auto minder gebruiken.

- Opnieuw bijna 50% van beide CurieuzeNeuzen groepen geeft aan dat ze meer de fiets gebruiken en wandelen dan voordien. Nog eens 30% geeft aan dat ze gezondere routes zoeken voor het fietsen en wandelen. Bijna een kwart stelt dat ze minder vliegen. Bij het Vlaams referentiepanel liggen de gemiddelden telkens 10 tot 15 procentpunten lager.
- Als we kijken naar het werkelijke verplaatsingsgedrag voor woon-werkverkeer, daalt het aandeel van dagelijkse autogebruikers van 40% naar 34% bij de CurieuzeNeuzen, en van ongeveer 29% naar 23% voor de kandidaten zonder meetpunt¹. Voor andere transportmodi is er enkel een waarneembare stijging in het gebruik van de elektrische fiets (van 5-6% naar 8%).
- Voor het werkelijke verplaatsingsgedrag bij niet-werk gerelateerd verkeer daalt het aandeel van dagelijkse autogebruikers lichtjes van 20% naar 18.5% bij de CurieuzeNeuzen deelnemers en van 15% naar 12% bij de kandidaten zonder meetpunt. Bij het Vlaamse referentiepanel blijft het ongeveer stabiel (28-27%).



5% van de deelnemers en de kandidaten zonder meetpunt zoekt actief naar een andere woonplaats of werkplek om de pendelafstand te verkleinen, en nog eens 4% was van plan dat te doen. In totaal gaat het over 2500 tot 4500 families en individuen die deze stap overwegen.

De redenen voor de discrepantie tussen de zelf gemelde gedragsverandering (50%) voor sommige vervoerswijzen (autogebruik, fietsen en lopen) en het daadwerkelijke gebruik van verschillende vervoerswijzen (5-10%) kunnen niet precies worden vastgesteld door het onderzoek, maar er kunnen wel enkele hypothesen worden geformuleerd. Ten eerste, de schalen die gebruikt werden om de verschuiving in vervoerswijzen in kaart te brengen, zijn gebaseerd op de mobiliteitsenquêtes van de Vlaamse overheid, maar ze geven vrij ruwe schattingen van de verandering (bijvoorbeeld een sprong van '1 tot een paar keer per week' naar '1 tot een paar keer per maand'). Het kan zijn dat een deel van de zelf gerapporteerde veranderingen onder de radar van die 5-puntsschaal gaat. Ten tweede wijzen in een opvolgingsenquête van december 2019 heel wat mensen op een toename van telewerk, waarbij mensen 1 of 2 dagen per week van thuis uit werken, wat ook zou verklaren waarom een deel van de vermindering van het autogebruik zich niet vertaalt in een hoger gebruik van andere vervoerswijzen.

¹ Door de cohorte aanpak en het feit dat op deze vraag enkel mensen antwoorden die werkzaam zijn, is de steekproef voor het referentiepanel voor deze vraag (n=174) te klein om exacte trends vast te stellen.

Acties in en om het huis

- Ongeveer 20% van de deelnemers en kandidaten zonder meetpunt geeft aan dat ze de kachel, de open haard en de BBQ minder gebruiken dan voordien. Bij het Vlaamse referentiepanel is dat slechts 9-11%.
- 11-13% van de deelnemers en kandidaten zonder meetpunt heeft geïnvesteerd in een luchtzuiveringsinstallatie en nog eens 8-9% plant dit te doen in de nabije toekomst, in vergelijking met slechts 5% voor het Vlaams referentiepanel.

Woonplaats, werkplek en/of schoollocatie met een betere luchtkwaliteit

Een meer onvoorziene set van gerapporteerde veranderingen heeft te maken met het wijzigen van de woonplaats, werkplek of schoollocatie op zoek naar betere luchtkwaliteit.

“

Zowel de deelnemers (6%) als de kandidaten zonder meetpunt (11%) gingen op zoek naar een woning met een betere luchtkwaliteit of waren van plan dat te doen (3000-4000 families/individuen).

- Een kleinere groep (3-4%) zocht naar een werkplek met betere luchtkwaliteit, of was van plan dat te doen (1200-1550 families/individuen).
- En nog eens (2-4%) zocht naar een school voor de kinderen met een betere luchtkwaliteit, of was van plan dat te doen (1000-1400 families/individuen).

In een [vervolgstudie](#) van de Universiteit Hasselt, blijkt dat de verschillen in blootstelling aan NO₂ tussen een groene woonomgeving en de stad gemiddeld kleiner worden wanneer ook de blootstelling van de dagelijkse verplaatsing naar de werkplek en de blootstelling op het werk in rekening worden gebracht.

Deelnemers als ambassadeurs

De deelnemers gedroegen zich als ambassadeurs van CurieuzeNeuzen. De primaire groep van het project bereikte op haar beurt een secundaire groep van mensen op de volgende manieren:

- op een directe wijze zijn naar schatting ongeveer 157.000 personen (familieleden, leerlingen van de scholen die meededen, enz.) betrokken bij de verschillende stappen van het CurieuzeNeuzen project.

“

De deelnemers werden bevraagd over het aantal personen (vrienden, familie, burens, collega's, enz.) waarmee ze over CurieuzeNeuzen spraken tijdens de looptijd van het project. Geëxtrapoleerd naar de hele groep van 20.000 deelnemers leidt dit tot een conservatieve schatting van een bereik van 430.000 personen, of 7% van de Vlaamse bevolking.

- Daarnaast verdeelden de deelnemers samen bijna 140.000 kaartjes met uitleg over het project bij de burens in de straat.
- 12-14% van de deelnemers en kandidaten zonder meetpunt sprak op eigen initiatief een ambtenaar of lokale politicus aan over de bevindingen van CurieuzeNeuzen
- Ongeveer 8% sprak er over aan de school van de (klein)kinderen.

87% van de deelnemers vond dat CurieuzeNeuzen op een adequate manier het bredere publiek heeft geïnformeerd over luchtkwaliteit. Het feit dat CurieuzeNeuzen een uitzonderlijke naam bekendheid realiseerde in heel Vlaanderen bleek ook uit het Vlaamse referentiepanel: 77% gaf daarbij aan dat ze CurieuzeNeuzen kende, 49% kon duidelijk aangeven waar het project over ging.

“

De signaalfunctie van CurieuzeNeuzen was ook voelbaar in de interactie met het georganiseerde middenveld. Op die manier fungeerde ze als een soort van ‘pop-up burgerbeweging’.

Verschillende middenveldorganisaties en actiegroepen gingen aan de slag met de resultaten van CurieuzeNeuzen:

- Greenpeace België lanceerde gelijkaardige NO₂-meetcampagnes bij scholen en enkele steden in Wallonië. Ze gebruikten onder meer de resultaten van CurieuzeNeuzen Vlaanderen om een rechtszaak op te starten die aantoont dat de WHO-drempelwaarden voor NO₂ op meer plaatsen worden overschreden dan de bestaande rapportering aantoont.
- De bevraging documenteerde een 40-tal lokale initiatieven van actiegroepen en individuele burgers die aan de slag gingen met de resultaten.
- Ongeveer 20% van de middenveldorganisaties die deelnamen, gaven aan dat ze nieuwe initiatieven hebben opgestart om autogebruik te vermijden door onder meer een fietsvergoeding te voorzien.

Een bijkomende indicatie van de maatschappelijke relevantie van CurieuzeNeuzen kwam via de talloze prijzen van verschillende instanties.

“

CurieuzeNeuzen won acht verschillende prijzen in vier domeinen: maatschappelijke impact, wetenschapscommunicatie, marketing en communicatie, en journalistiek.

De volgende prijzen werden uitgereikt aan CurieuzeNeuzen:

- Gouden eremedaille voor maatschappelijke verdiensten van het Vlaams Parlement;
- De Loep: belangrijkste onderzoeksjournalistiekprijs voor Vlaanderen en Nederland;
- Belfius persprijs voor digitale pers;
- Prijs voor maatschappelijke impact van de KU Leuven Humane Wetenschappen;
- Prijs voor de Maatschappelijke Dienstverlening Universiteit Antwerpen
- FLAMES-prijs voor een bijdrage aan het maatschappelijk gebruik van statistieken
- Wetenschapscommunicatieprijs van de Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschap en Kunst.
- Zilveren Effie prijs op het gebied van marketing en communicatie.

2.4 Beleidsimpact

Het hoofdrapport brengt de gedetailleerde impact in kaart op verschillende beleidsniveaus, van het lokale- tot het internationale niveau. Op het vlak van agendasetting zagen de deelnemers een hogere impact op het Vlaamse niveau (68% van de deelnemers vond dat het project had bijgedragen aan agendasetting) dan het lokaal niveau (51%).

“

Op het lokale niveau, zien we dat 12-14% van de deelnemers lokale politici en relevante ambtenaren benaderden over de resultaten van CurieuzeNeuzen.

De Vlaamse Milieumaatschappij (VMM) stelde vast, op basis van interacties met ambtenaren en mandatarissen van 157 gemeenten en steden, dat de kennis en inzichten over luchtkwaliteit zijn toegenomen dankzij CurieuzeNeuzen. Daarnaast bleek uit een screening van relevante beleidsdocumenten van het lokale niveau dat tientallen gemeenten en steden acties ondernamen naar aanleiding van CurieuzeNeuzen: ze betaalden de deelnamekost van inwoners aan CurieuzeNeuzen,

bepaalde probleemzones werden besproken op de gemeenteraad, concrete aanpassingen werden uitgewerkt, enz.

Op het Vlaams niveau kwam CurieuzeNeuzen aan bod in het Vlaams Parlement via onder meer 22 parlementaire vragen van de oppositie en de meerderheid. Dat gebeurde in drie golven: bij de lancering van het citizen science project, onmiddellijk bij de bekendmaking van de resultaten, en een laatste golf enkele weken later. Het nieuwe Vlaams luchtkwaliteitsplan 2030 bevat verwijzingen naar CurieuzeNeuzen en erkent de inzichten van het verbeterde ATMO-Street model. De revisie van dit model heeft ook de vraag versterkt voor betere mobiliteitsdata, als belangrijke inputdata voor het model.

“

Op het internationale niveau, was er expliciet erkenning van de meerwaarde van CurieuzeNeuzen Vlaanderen door het Europees Milieuagentschap (EMA), de Europese Commissie, en een aantal nationale milieuagentschappen.

EMA erkende CurieuzeNeuzen als een good practice in citizen science en ontwikkelde een Europese versie van het project. De Europese Commissie nam CurieuzeNeuzen Vlaanderen op als een good practice van hoe citizen science projecten kunnen bijdragen aan een verbeterde milieurapportering.

2.5 Wetenschappelijke impact

Naast het bereiken van maatschappelijke impact wilde CurieuzeNeuzen bijdragen aan een verbeterde kennis over luchtkwaliteit in Vlaanderen. De CurieuzeNeuzen dataset is één van de grootste ter wereld en dit stelde wetenschappers in staat om het ATMO-Street model op een ongekende schaal te testen. Voor de start van CurieuzeNeuzen werden de modellen gevalideerd op basis van enkele tientallen meetpunten, nu konden ze 20.000 meetpunten gebruiken. De gegevens van CurieuzeNeuzen bevestigden voor het grootste deel de bestaande modellen. Maar op sommige kritieke gebieden gaven de modellen geen consistente voorspelling van de luchtkwaliteit. Dankzij CurieuzeNeuzen was het bijvoorbeeld mogelijk om een bug met betrekking tot ‘street canyons’ (smalle straten met veel verkeer) in de modellen te detecteren. Enkele andere (kleinere) zwakke punten van de modellen werden in kaart gebracht, maar zijn moeilijker op te lossen. In bepaalde gebieden is er bijvoorbeeld een gebrek aan actuele verkeersinformatie. Tegelijkertijd gaf CurieuzeNeuzen, zoals aangegeven, een nieuwe impuls aan de vraag naar de overheid om meer te investeren in mobiliteitsgegevens.

Een andere spin-off van CurieuzeNeuzen was een grootschalige simulatie van de dynamische NO₂-blootstelling van de deelnemers, door het combineren van blootstellingsgegevens thuis (op basis van CurieuzeNeuzen), op het werk en tijdens het transport (op basis van het ATMO-Street model voor NO₂). Dit deel van het project werd uitgevoerd door de Universiteit Hasselt, met gegevens verzameld via HIVA-KU Leuven, en de NO₂-dataset van de Universiteit Antwerpen. Het rapport van deze studie werd gelanceerd in oktober 2019 en werd uitgebreid besproken in de media.

CurieuzeNeuzen werd verder gewaardeerd in de academische wereld, zoals blijkt uit een artikel over het project in het hoogstaande wetenschappelijk tijdschrift Nature en een recent citaat in een artikel in Nature Sustainability.

2.6 Nieuwe inzichten over citizen science

- Het gebruik van goedkope, low-tech meetsensoren die kwalitatief hoogstaande data opleveren, verhoogt het potentieel om bij de dragen aan nieuwe wetenschappelijke inzichten en verbeterde milieuraapportering. De samenwerking met het Vlaamse milieugentschap (VMM) gaf toegang tot de data van bestaande meetstations en bestaande NO₂-modellen, wetenschappelijke begeleiding en maatschappelijke legitimiteit.
- De intense samenwerking met een mediapartner verhoogde dan weer het communicatiepotentieel van het citizen science project en levert kwalitatief hoogstaande journalistiek op, bekroond met verschillende onderscheidingen.
- De strategie van CurieuzeNeuzen Vlaanderen bestond erin om de 32.600 niet-geselecteerde kandidaten "dicht bij het project" te houden door specifieke communicatie naar hen te sturen en hen op de hoogte te houden van de voortgang van het project. Onze bevindingen tonen aan dat deze strategie zijn vruchten heeft afgeworpen: de zelfgerapporteerde gedragsverandering is voor beide groepen, deelnemers en kandidaten zonder meetpunt, gelijk. CurieuzeNeuzen Vlaanderen heeft op die manier haar primaire maatschappelijke impact op de burgers aanzienlijk versterkt, van de 20.000 geselecteerde deelnemers tot de oorspronkelijke groep van 52.630 kandidaten.



Dit is de eerste longitudinale studie die de effectiviteit aantoont van strategieën die inzetten op het betrekken van groepen buiten de geselecteerde deelnemers bij citizen science projecten.

- Het onderzoek naar trends in het gedrag bij CurieuzeNeuzen Vlaanderen toont aan dat gedragsverandering in sommige domeinen pas merkbaar is enkele maanden na de bekendmaking van de resultaten, waardoor een longitudinale aanpak essentieel is. Daarnaast bevestigt dit onderzoek dat de houding ten opzichte van mogelijke oplossingen voor luchtvervuiling snel kan evolueren door de communicatie van invloedrijke maatschappelijke actoren (zoals politieke partijen) enerzijds en citizen science projecten anderzijds.

2.7 De CurieuzeNeuzen campagne

CurieuzeNeuzen Vlaanderen werd gedragen door een brede multimodale mediacampagne die ontworpen werd door de krant De Standaard, en verder ondersteund door de universiteit Antwerpen, VMM, en het communicatiebureau Bonka Circus.

- Op de dag van de lancering van de NO₂-resultaten bekeken bezoekers de website met de 'stippenkaart' gedurende 1,16 miljoen minuten. De bijhorende podcast werd beluisterd door 13.000 personen.
- Het project werd breed opgepikt bij de audiovisuele media, de geschreven pers (in 9 van de 10 nationale kranten), en sociale media.
- De reclamecampagne werd beloond in 2019 met een zilveren Effie onderscheiding.



Een initiatief van



VLAAMSE
MILIEUMAATSCHAPPIJ



Met de steun van



ONDERZOEKSINSTITUUT VOOR
ARBEID EN SAMENLEVING

